

EUROPAS BACKWARENMÄRKTE

*aus der Redaktion von **brot+backwaren***

Europas Backwarenmärkte

ISBN: 978-3-9817514-3-7

Herausgeber:

© f2m food multimedia gmbh

Ehrenbergstraße 33

22767 Hamburg

info@foodmultimedia.de

www.foodmultimedia.de

256 Seiten

Preis: 45 € inkl. MwSt.

Europas Backwarenmärkte – mehr als nur ein Begriff

Europa ist politisch, wirtschaftlich und humanitär in einem Zustand, den man sich vor einem Vierteljahrhundert kaum vorstellen konnte und wollte. Die Differenzen und Fliehkräfte auf der politischen Ebene sind stärker denn je. Von einer gemeinsamen europäischen Kultur zu sprechen, fällt schwer angesichts der wachsenden nationalistischen wie populistischen Strömungen in vielen Ländern, die eher auf Kampf und Abgrenzung denn auf Gemeinsamkeit und Entwicklung aus sind.

Ganz anders sieht es aus, wenn man sich den europäischen Backwarenmarkt anschaut. Er ist vielfältig, bunt und wenn nicht grenzenlos, so verbindet er doch die Märkte, Firmen und die Menschen jenseits nationaler Eitelkeiten. Dennoch gleicht er keiner lieblichen Spielwiese, denn gleichzeitig ist er hoch kompetitiv und fordert von jedem Teilnehmer Anpassungen und Veränderungen und nicht jeder findet auf diesem Markt seine Zukunft. Denn die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bedingungen in Europa verändern sich gerade rapide und damit auch die Einkaufs- und Konsumgewohnheiten und damit die Anforderungen der Kunden an Produkt und Service. Nicht jeder Anbieter kann oder will sich daran anpassen, umgekehrt finden Newcomer ihren Weg auf diese Märkte und manchmal sind es gerade sie, die auf alte Tugenden zurückgreifen, die man schon für überholt hielt. Ein Beispiel dafür sind die sogenannten „Artisan“-Produkte, die aus reinen Rohstoffen wie Mehl, Wasser, Hefe und Salz in traditionellen Prozessen, aber im industriellen Maßstab hergestellt werden. Das Gegenstück im Handwerk sind junge Bäckermeister, die einerseits auf ausgesuchte regionale Rohstoffe zurückgreifen, händisch aufarbeiten und andererseits echte Marketingprofis sind. Tradition und Moderne gehen durchaus zusammen.

Vor Ihnen liegt ein Buch über den europäischen Markt in seiner Gesamtheit und über sechs Märkte im Detail – Dänemark, Deutschland, Litauen, die Niederlande, Österreich und Portugal. Die Reportagen aus den Ländern zeigen, dass die Bewahrung von regionalen und nationalen Traditionen und die Zusammenarbeit über Grenzen hinweg kein Gegensatz sind, dass lokale Helden ebenso ihren Platz finden wie nationale Marktführer und internationale Konzernstrukturen. Dabei haben wir uns bemüht, nicht nur zu zeigen, auf welchen Traditionen die verschiedenen nationalen Märkte aufbauen, sondern auch, wo sie heute stehen und wohin sie sich möglicherweise entwickeln.

Diesem Buch liegen Begegnungen und Gespräche mit Menschen zugrunde, die ihren Beruf und die Branche, in der sie arbeiten, lieben und alle jene, die das auch tun, achten, egal ob im gleichen Land oder in einem anderen. Es waren Reisen nach Norden, Süden, Westen und Osten und überall war die Offenheit groß – mehr europäischen Geist kann es nicht geben. Dafür sei an dieser Stelle allen Gesprächspartnern zutiefst und mit großer Achtung gedankt.

Wir wünschen Ihnen viel Freude, wann immer Sie dieses Buch in die Hand nehmen. Wir haben uns größter Sorgfalt befließigt bei der Recherche und Herstellung und sind doch bloß fehlbare Menschen. Sollten sich Fehler eingeschlichen haben, verzeihen Sie uns bitte.

Ihre



++ Hildegard M. Keil,
Herausgeberin
E-Mail: keil@foodmultimedia.de

++ Editorial	03
++ Backwarenmarkt Österreich	08
Hoffnungsschimmer am Horizont	10
Die Zahlen der Wirtschaftskammer	13
Der Lebensmitteleinzelhandel	19
Georg Öfferl, Gaubitsch: Den Boden seiner Region bearbeiten	20
Österreichs Großbetriebe	24
Martin Auer, Graz: Produkt – Service – Marke	26
Brandl, Linz: Qualität kann man einfach	29
Sorger, Graz: Offen, mehrgleisig, erfolgreich	32
++ Vielfalt unter einem Dach	34
Europas verschiedene Backwarenmärkte	34
++ Backwarenmarkt Dänemark	44
Bio boomt mit staatlicher Nachhilfe	46
Die größten Backwarenhersteller	54
Bæchs Conditori A/S	54
Easyfood A/S Danish Bakery	54
Emmerys – Dänemarks Öko-Bäckerei	54
Lagkagehuset A/S	57
Kohberg Bakery Group	58
Lantmännen Unibake / Schulstad und Hatting	59
Mette Munk A/S	61
Meyers Bageri	61
Pågen AB	63
Lebensmittelhandel in Dänemark	65

++ Trends auf dem europäischen Backwarenmarkt	68
Ein Überblick von Anne Fremaux, Director Bakery, Gira Consultancy & Research	68
++ Backwarenmarkt Deutschland	72
Deutschland, Land der Bäckereifilialisten	74
Backwarenindustrie	81
Was die Deutschen kaufen	82
Lebensmittelhandel in Deutschland	85
„Wir brauchen nicht nur Investoren, sondern UnternehmerInnen“ Interview mit Prof. Dr. Ulrike Detmers, Präsidentin des Verbandes Deutscher Großbäckereien e.V.	90
Bahde: Von Finken, die nicht pfeifen, aber sehr beliebt sind	94
Harry-Brot: Deutschlands Marktführer	98
Hackner: Exzellenz liegt im Detail	101
++ Der Backsektor ist kein Markt für zweitklassige Produkte	104
Interview mit Jean-Manuel Leveque, Präsident der AIBI (Association of Plant Bakers – AIBI aisbl)	104
++ Backwarenmarkt Litauen	110
Litauen – die Tradition des Roggens	112
Vilniaus Duona: Der Marktführer baut aus	114
Der Lebensmitteleinzelhandel	120
Bagel: Pioniergeist auf alten Fundamenten	123
101 Kepyklele (= Bäckereien)	124
Die besonderen Brote der Jurate	126
Mantinga: „New products for a better life“	128

++ Außer-Haus-Markt: Entscheidend ist das Konsumklima	132
Interview mit Jochen Pinsker, Senior-Vice President foodservice Europe npd group Deutschland GmbH	132
++ Backwarenmarkt Portugal	140
Zwischen Tradition und Moderne	142
Eric Kayser: Französisches Flair zu gehobenen Preisen	147
Choupana: Von Mafra nach Lissabon	150
Café Versailles	153
Pastéis de Belém	154
UPAL: Für eine neue Zukunft	155
Der Handel in Portugal	158
++ Der Club der 300 plus	160
Eine Liste nach Umsatzgröße, aber mit jeder Menge Einschränkungen	160
++ Backwarenmarkt Niederlande	166
Die Karten sind klar verteilt	170
Der Lebensmittelhandel	174
Borgesius/Bakkersland: Neuer Marktführer	176
Vlaamsch Broodhuys: Backen wie ein Spitzenkoch <i>(Autor: Karin Engelbrecht)</i>	180
Broodje van eigen deeg: Zu jedem Brot gibt es eine Story	185
BBROOD: Große Träume <i>(Autor: Karin Engelbrecht)</i>	190

++ Firmenportraits	192
backaldrin The Kornspitz Company: Eine Verneigung vor dem Wunder Brot	194
Bühler AG: Mehrwert für Europas Bäcker	198
Bundy Baking Solutions: Traditionsbewusst und fortschrittlich	202
Burford Corp.: Von Oklahoma rund um die Welt	206
Diane Industries: Gewohnte Wege neu denken	210
Fritsch GmbH: Innovative Anlagen „Made in Germany“	214
Haas Food Equipment GmbH: The Snack Big Bang	218
Heinen Freezing GmbH & Co KG: „Das beste Patent ist gute Arbeit“	222
Kaak Group: Automatisierung mit System	224
König-Maschinen Gesellschaft m.b.H.: Der Partner für die gesamte Produktionskette von Backwaren	228
Kwik Lok Corporation: Kleine Kärtchen, großer Nutzen	230
Miwe Michael Wenz GmbH: Die Anwender im Mittelpunkt des Handelns	234
Rademaker B.V.: Fachkompetenz in der Backbranche stärken	238
WP Bakery Group: So mediterran kann WP sein!	242
Zeppelin Systems GmbH: Immer auf dem optimalen Stand	246
++ Impressum	255